

أنواع التخطيط للعلاقات العامة:

تعدد التقسيمات من قبل الباحثين ويمكن عرضها كما يأتي:

1-التخطيط حسب الهدف المطلوب تحقيقه:

أولاً-التخطيط الوقائي: (Protactive Planning): وهو التخطيط المبني على دراسات مستفيضة وبحوث تستهدف غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات ودية بين المؤسسة وجمهورها المختلفة، ويكون ذلك عن طريق العمل الدائب لإزالة كل ما يتسبب في سوء الفهم أو تعارض المصالح، وقد يكون هذا النوع طويل المدى أو قصير المدى وكلاهما ضروري ويرى الباحث ويديج "wedding" أن التخطيط الوقائي قد يكون طويل الأمد وشبيه بالاستراتيجي أو قصير المدى كالتخطيط التكتيكي، وهو عبارة عن تخطيط قائم على دراسة شاملة وموثقة للأحداث والمعطيات والشواخص، وأشبه ما يكون بإجراءات بحوث رصينة، يستهدف هذا النوع غايات بعيدة تدور في محيط إقامة علاقات متماسكة وحميمية بين المنظمة وجمهورها المختلفة، وذلك من خلال العمل المثابر والدؤوب لإزالة جميع حالات سوء الفهم أو تعارض المصالح. وفي مقدمة هذه الغايات كسب الأصدقاء والعملاء للمنظمة عن طريق دعم الثقة، وتوثيق العلاقة بين المنظمة وجمهورها الداخلية والخارجية، والقضاء على عوامل سوء الفهم أو الشك أو التذمر أو القلق أو ظهور رأي عام سلبي هي مضمارة معين. وتحرص المنظمات الكبيرة عادة على اتباع هذا النوع من التخطيط من منطلق الوقاية خير من العلاج فهي بهذا تجنبنا الوقوع هي مشاكل هي في غنى عنها طالما أنها قادرة على منعها أو التحوط لها.

ثانياً-التخطيط العلاجي: «Reactive Planning» يسمى أيضا بالتخطيط للأزمات فهو تخطيط

يتسم بالحركة ويقف متأهبا وجاهزا لمواجهة أي أزمة أم موقف مفاجئ، يتسم هذا النوع من التخطيط بالسرعة والخدم، ما يتطلب نوعاً من الإعداد الأولي، يختلف باختلاف طبيعة عمل المنظمة وأنواع الأخطاء التي يحتمل حدوثها هي أي وقت. ويقوم هذا النوع من التخطيط على أسس علمية بعيدة الأمد، إذ أن كل ما يتطلبه هو إعداد برنامج عمل جهود لمواجهة الأزمات والمواقف الحادة، مثل حدوث حريق هي مخازن الشركة أو توقع سقوط إحدى طائرات نقل المسافرين، هذه التوقعات تتطلب وجود خطط واضحة المعالم لمواجهةها

حال حدوثها. ولقد كانت البرامج العلاجية هي التي لفتت الأنظار إلى أهمية العلاقات العامة حيث إذا حدثت أزمة بين مؤسسة وجمهورها استعي قسم العلاقات العامة لعلاج الأزمة لكن الاتجاه الحديث هو تجنب الأخطار قبل وقوعها وكشف الأزمة وأعراضها قبل حدوثها وبذلك تجنبها والوقاية منها.

2. التخطيط حسب الفترة الزمنية اللازمة للتنفيذ : لا تتكون العلاقات العامة الطبيعية من تلقاء نفسها، حيث لا بد من وضع خطة محكمة هي ضوء إمكانيات المنظمة البشرية والمادية، وينبغي على المنظمة أن تتأكد من أن جهود جهاز العلاقات العامة متضمنة هي برامجها، وان جميع العاملين وذوي المصالح هي المنظمة قادرين على استيعابها. أيضاً ضرورة التأكد من أن نتائج الخطة تصل إلى الجميع هي الوقت المناسب. وعلى المسؤول هي العلاقات العامة أن يكون قادراً على جعل كل خطوة من خطواته بمثابة مكسب له. ومن أجل أن تكون الإدارة العامة قادرة على تقدير الوقت اللازم لتنفيذ خطتها، عليها أن تحدد أولاً الأهداف التي تروم بلوغها.

وترتبط هذه الأهداف بالالتزام التام تجاه الجماهير الداخلية والخارجية للمنظمة، بمعنى أن هذه الأهداف ينبغي أن تكون معروفة ومصانة من قبل كافة المستويات الإدارية هي المنظمة، وتقتضي الضرورة الالتزام تجاه الجماهير والوفاء بالوعد لها، وعدم التأثير بشكل سلبي عليها.

ولهذا السبب تحرص المنظمات الناجحة على أن يكون لدى أجهزة العلاقات العامة التابعة لها نظم متطورة للتغذية العكسية لتمكين من معرفة ردود أفعال جماهيرها حول برامجها وفعاليتها وسياساتها ومنتجاتها.

كم يوجد تقسيم آخر لأنواع الخطط ويتضمن ما يلي:

أ- الخطة الاستراتيجية: «Strategic Plans» هي وثيقة مرجعية شاملة تحدد رؤية المؤسسة طويلة المدى، وترجم أهدافها العامة إلى توجهات عملية واضحة من خلال مجموعة من الأهداف المحددة، والوسائل، والموارد، والجداول الزمنية اللازمة لتحقيقها. وهي تمثل إطاراً منهجياً لاتخاذ القرار، يساعد على توجيه الجهود والموارد نحو أولويات مدروسة ترتبط برسالة المؤسسة وتطلعاتها المستقبلية والوصول لتحقيق أهدافها.

ويمكن لمعظم المديرين الاستفادة من وجود خطة استراتيجية فهي تساعد عملية تطوير الخطة، فإما بين لهم ما يجب عمله سواء فحوص مكانهم بين المنافسين، والمكان الذي يريدون الذهاب إليه، وكيف سيصلون إليه على الأرجح، في حالة عدم وجود خطة، لا يزال العمل يتم على أساس يومي ولكنه غالبا ما يفتقر إلى الإحساس بالهدف والأولوية. وعليه الخطة الاستراتيجية هي الوثيقة التي تشكل الأنشطة المحددة التي ستضطلع للتغلب على التحديات التي تواجهها المؤسسة في سبيل تحقيق أهدافها، وتعمل على توضيح الخطوات المنطقية التي ستخضعها لتقود من البداية إلى النهاية مسعاها.

ب-الخطة التكتيكية: « Tactical plans » يقوم على وضع أهداف قصيرة المدى وخطة عمل من أجل تحقيق الأهداف طويلة المدى التي يحددها التخطيط الاستراتيجي في الشركة، وتعتمد الخطة التكتيكية على نوع العمل ووتيرة التغيير المطلوبة والمدة المحددة لتحقيق الأهداف، فمثلا إذا تم وضع الخطة الاستراتيجية لمدة خمس سنوات فإن الخطة التكتيكية توضع لمدة عام أو بعض أشه وعند وضعها يجب أن تكون قابلة للتكيف مع الاحتياجات المتغيرة للعمل وحالات الطوارئ.

وعليه وحتى نقوم بتوضيح المفهوم بشكل أكبر، يجب تفريقه عن مفهوم التخطيط التكتيكي، فهما يختلفان في طول مدى الأهداف المحددة في كل منهما، حيث تُحدد الخطة الاستراتيجية الأهداف طويلة المدى وواسعة النطاق، بينما تُحدد الخطة التكتيكية الخطوات والإجراءات قصيرة المدى التي يجب اتخاذها لتحقيق الأهداف المحددة في الخطة الاستراتيجية. وبذلك يُمكن القول بأنّ التخطيط التكتيكي هو جزء من الخطة الاستراتيجية. ونحدد الجوانب التي يختلفان فيها كما يأتي:

-التخطيط التكتيكي يستهدف تحقيق أهداف قصيرة الأجل بما يساعد على تحقيق الأهداف طويلة الأجل ضمن التخطيط الاستراتيجي.

-يوضع التخطيط التكتيكي لفترة زمنية قصيرة أما الاستراتيجي فيشمل فترة زمنية طويلة.

-التخطيط التكتيكي أكثر مرونة من التخطيط الاستراتيجي.

-يسبب الفشل في تنفيذ الخطة التكتيكية أضرارا أخف مخر الخطط الاستراتيجية.

-تعد الإدارة الوسطى الجهة المسؤولة عن وضع الخطة التكتيكية بينما تضع الإدارة العليا الخطة الاستراتيجية.

وهناك تقسيم آخر يميز بين أنواع التخطيط بناء على عدة أسس نلخصها كما يلي:

أولاً-وفقاً للأساس الزمني: وينقسم إلى ثلاثة أنواع وتجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين على تحديد دقيق للفترة الزمنية التي يشملها كل نوع، إلا أنه بشكل عام يمكن القول بأن ينقسم كما سنوضح فيما يأتي:

1- تخطيط قصير المدى أو الأجل: هو الذي يمتد لسنة أو بضع شهور. يمتد عادة من أسبوع إلى سنة، ويركز على الجوانب التنفيذية والعمليات اليومية. يتمثل في إعداد جداول العمل، تنظيم فعاليات مؤقتة، إصدار نشرات إعلامية، أو تنفيذ حملات محددة في الزمان والمكان. وهو تفصيلي ودقيق، ويُستخدم لضمان سير العمل بسلاسة وكفاءة.

2- تخطيط متوسط المدى أو الأجل: يغطي هذا التخطيط فترة زمنية ليست طويلة ولا قصيرة، قد تمتد من سنة إلى ثلاث سنوات، ويعد حلقة وصل بين التخطيط اليومي والرؤية بعيدة المدى، وعادة ما توضع الخطط متوسطة المدى استناداً للخطط طويلة المدى، وتشتمل على تفاصيل أكثر. يهدف إلى تنفيذ برامج مرحلية منبثقة عن الخطط الاستراتيجية، مثل خطة سنوية للترويج لسمعة المؤسسة، أو برنامج علاقات عامة موجه إلى جمهور محدد خلال سنتين. ويُعنى بتحديد الموارد، وتوزيع الأدوار، ووضع مؤشرات للتقييم المرحلي. وتغطي الخطط متوسطة المدى مجالات عديدة مثل: تطوير المنتجات، تعديل بعض خطوط الإنتاج، زيادة منافذ التوزيع.

3-تخطيط طويل المدى أو الأجل: يغطي هذا النوع من التخطيط مدة زمنية طويلة يصعب تحديدها، يمتد عادة من ثلاث إلى خمس سنوات أو أكثر، ويُعنى برسم التوجهات الكبرى للمؤسسة في ضوء رؤيتها ورسالتها. يركز على أهداف استراتيجية مثل تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، أو توسيع شبكات الشراكة الإعلامية، أو تعزيز مكانتها في سوق تنافسية. ويشمل تحليلاً معمقاً للبيئة الداخلية والخارجية، ويُستخدم لتحديد السياسات العامة التي توجه باقي أنواع التخطيط. وقد تختلف من منظمة الأخرى حسب طبيعة

نشاطاتها، ولكن غالبا ما تغطي فترة أكثر من خمس سنوات، وكلما طالت المدة زادت صعوبة التنبؤ بالظروف المستقبلية. وبشكل عام يشمل التخطيط طويل الأمد على أهداف عامة ولا يتناول التفاصيل. وغالبا ما يكون تحديد الأهداف بعيدة المدى من مهام الإدارة العليا.